

Año 28  
No. Especial 9, 2023  
ENERO-JUNIO



Año 28  
No. Especial 9, 2023  
Enero-Junio

# Revista Venezolana de Gerencia



UNIVERSIDAD DEL ZULIA (LUZ)  
Facultad de Ciencias Económicas y Sociales  
Centro de Estudios de la Empresa

ISSN 1315-9984

Esta obra está bajo una licencia de Creative Commons  
Reconocimiento-NoComercial-CompartirIgual 3.0 Unported.  
[http://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/3.0/deed.es\\_ES](http://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/3.0/deed.es_ES)

Cómo citar: Bullón-Solís, O., Carhuanchomendoza, I., Valero-Palomino, F. R., y Moreno-Rodríguez, R. Y. (2023). Emprendimiento juvenil universitario: abordaje desde la actitud, educación y el control conductual. *Revista Venezolana De Gerencia*, 28(No. Especial 9), 377-389. <https://doi.org/10.52080/rvgluz.28.e9.24>

Universidad del Zulia (LUZ)  
Revista Venezolana de Gerencia (RVG)  
Año 28 No. Especial 9, 2023, 377-389  
ENERO-JUNIO  
ISSN 1315-9984 / e-ISSN 2477-9423



# Emprendimiento juvenil universitario: abordaje desde la actitud, educación y el control conductual

**Bullón-Solís, Omar\***  
**Carhuanchomendoza, Irma\*\***  
**Valero-Palomino, Fiorella Rocío\*\*\***  
**Moreno-Rodríguez, Rosa Ysabel\*\*\*\***

## Resumen

El emprendimiento es una variable que es explicada por múltiples factores. Esta investigación tuvo por objetivo confirmar que la actitud, el control conductual y la educación determinan la intención emprendedora de una población juvenil. La metodología aplicada siguió el enfoque cuantitativo con diseño causal y el método hipotético deductivo. Se aplicaron cuestionarios a 468 universitarios de la región de Ayacucho en Perú. El modelo fue validado estadísticamente con la prueba de Chi-cuadrado ( $p < .05$ ) y explica que el emprendimiento es influenciado entre el 30 y 38% por la actitud, el control conductual y la educación; se debe considerar estos factores como parte de las competencias formativas en los semilleros de emprendimiento universitario y también como elemento educativo en los eventos juveniles, con el fin de fomentar el espíritu emprendedor de los estudiantes universitarios.

**Palabras clave:** emprendimiento; actitud; control conductual; educación; universitarios

**Recibido:** 28.11.22

**Aceptado:** 10.04.23

\* Doctor en Educación, con grado de Maestro en Alta Dirección Empresarial. Docente de investigación en la Universidad César Vallejo, (Lima-Perú). Email: [omarbullon@gmail.com](mailto:omarbullon@gmail.com). ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-7614-2254>

\*\* Doctora en Administración, con grado de Maestra en Finanzas y Entornos Virtuales de Aprendizaje. Docente investigadora de la Universidad César Vallejo, (Lima – Perú). Email: [irmamilagros@yahoo.com](mailto:irmamilagros@yahoo.com). ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-4060-5667>

\*\*\* Doctora en Educación, con grado de Maestra en Gestión Pública. Docente en la Universidad César Vallejo, Trujillo-Perú. E-mail: [fv.valero@gmail.com](mailto:fv.valero@gmail.com). ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-5520-5359>

\*\*\*\* Doctora en Administración, con grado de Maestra en Dirección de Empresas. Decana de la Facultad de Ciencias de Gestión en la Universidad Autónoma del Perú, (Lima-Perú). Email: [rosamorenor27@gmail.com](mailto:rosamorenor27@gmail.com). ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-8357-4514>

# University youth entrepreneurship: approach from attitude, education and behavioral control

## Abstract

Entrepreneurship is a variable that is explained by multiple factors. This research aimed to confirm that attitude, behavioral control, and education determine the entrepreneurial intention of a youth population. The methodology applied followed the quantitative approach with causal design and hypothetical deductive method. Questionnaires were applied to 468 university students in the region of Ayacucho, Peru. The model was statistically validated with the Chi-square test ( $p < .05$ ) and explains that entrepreneurial is influenced by attitude, behavioral control, and education, between 30 and 38%; therefore, should be considered as part of training competencies in university entrepreneurship seedbeds and as educational element in youth events to promote entrepreneurial spirit at university's students.

**Keywords:** entrepreneurship; attitude; behavioral control; education; university students.

## 1. Introducción

A nivel mundial, los emprendedores cada vez observan con mayor detenimiento la necesidad del mercado, además de la exigencia por parte de los consumidores. Según el Global Entrepreneurship Monitor (GEM, 2022) los que iniciaron un negocio en el año 2021 afirmaron que esta actividad es más difícil que los años anteriores, debido a que existen múltiples factores que obstaculizan la intención emprendedora.

La Organización de las Naciones Unidas (ONU, 2019) realizó una declaración global sobre el emprendimiento, donde recalcó el hecho de reconocerlo como el motor que impulsa el crecimiento económico de las

naciones, razón por la cual se formularon políticas públicas en diferentes países. Debido a esta política internacional, el emprendimiento se ha convertido en una necesidad pública con impacto social y económico en los países.

En los últimos años, se ha constatado que la edad media de las personas que emprenden un negocio ha disminuido, de 25 a 21 años (International Chamber of Commerce, 2022). Los emprendimientos en el rubro tecnológico se incrementaron en los tres últimos años por el confinamiento a nivel mundial. Un problema renuente es el acceso al financiamiento, porque carecen de garantías, por tal motivo, tuvieron que recurrir a los prestamistas cuya tasa de interés es superior al

promedio del mercado financiero, informó la Comisión Económica y Social de las Naciones Unidas para Asia y el Pacífico [UNESCAP o ESCAP] (2020); el cual aporta a la tasa de mortalidad de los negocios en su primer año de creación.

El Perú se ha caracterizado por poseer la cultura emprendedora en su población, además de la inventiva e innovación (Cámara de Comercio de Lima, 2022). Existe una presión del entorno familiar y social en los emprendedores, los que conllevan al desaliento y desmotivación en muchos de los casos, razón por la cual requieren manejar y superar estas circunstancias adversas para persistir con su actividad empresarial (Amofah y Saladríguez, 2022). En tal sentido, el control de la conducta resulta un determinante clave que refleja la fortaleza del carácter para soportar las dudas y desalientos propios de la etapa inicial de los emprendimientos.

En la región Ayacucho los emprendimientos son principalmente de tres tipos: un primer grupo está conformado por personas naturales con negocio, que corresponde al 74,2% y que tributan bajo el régimen único simplificado [RUS]; un segundo está conformado por las sociedades anónimas, con el 12,1% (Instituto Nacional de Estadística e Informática, 2020); mientras que el tercer grupo, está conformado por el 13,7% que se constituyen como una Empresa Individual de Responsabilidad Limitada [EIRL], Sociedad de Responsabilidad Limitada [SRL], entre otros. En esta clasificación oficial no se consideró que la mayoría de los emprendimientos inician su desarrollo desde una etapa informal y por ende no tributan; lo que también refleja un desconocimiento de la formalidad empresarial.

Las Mypes representan más del 90% de los negocios en las regiones del Perú (Cámara de Comercio de Lima, 2022), pero estas no disponen de las herramientas necesarias, ni de los recursos para participar en la economía digital que la coyuntura actual exige a las empresas.

En una era post pandemia Covid 19, el comercio electrónico ha tomado relevancia, y continúa acelerando la transformación digital de las empresas, con la finalidad de satisfacer las necesidades actuales de los consumidores. Los negocios que persistieron a esta etapa difícil se adaptaron a esta nueva constante; mientras que los nuevos negocios deben prepararse para las nuevas exigencias del mercado.

Cabe precisar que son escasas e insuficientes las políticas regionales y nacionales de promoción del emprendimiento (Calanchez et al, 2022). Considerando que esta es una actividad que aporta al PBI regional y nacional; se requiere de un mayor interés y formación para los futuros emprendedores, partiendo desde las instituciones educativas, hasta las instituciones públicas de gobierno regional y nacional de los países.

Por ello, la investigación tuvo por objetivo confirmar que la actitud, el control conductual y la educación determinan la intención emprendedora de una población juvenil. La metodología aplicada siguió el enfoque cuantitativo con diseño causal y el método hipotético deductivo.

## **2. Teorías que sustentan el emprendimiento**

El análisis teórico partió de la revisión de la Teoría de la Acción

Razonada [TRA] propuesto por Ajzen (1991) que posteriormente se reestructuró en la Teoría del Comportamiento Planificado [TPB], siendo un modelo popular empleado por los investigadores contemporáneos para explicar la intención emprendedora (Al-Mamary y Alraja, 2022; Amofah y Saladríguez, 2022; Chanda y Unel, 2021; Hirschfeld y Wagner, 2022). La importancia del modelo TRA se sustenta en que adopta un enfoque científico para estudiar los comportamientos humanos, como es el emprendimiento, un tema multifacético y de interés por el aporte que realiza a la economía de los países, con énfasis en la generación del empleo directo e indirecto.

Ajzen (1991) explica que el ser humano es un ser racional, basa sus decisiones en elementos actitudinales y normativos que anteceden a su comportamiento. Propone que la intención antepone al comportamiento, y que este se encuentra basado en la actitud de la persona y su control conductual.

Además, se toma en cuenta la teoría de la contingencia propuesta por Lawrence y Lorsch (1967), el que establece que un emprendedor debe administrar su propio negocio basado en las circunstancias que lo rodean, no existiendo un estilo de dirección óptima; sino por el contrario, debe adaptarse al ambiente interno y externo.

También se analizó la teoría de la motivación de McClelland (1961), la cual expresa que son tres elementos motivadores: a) la necesidad de afiliación; b) la necesidad de logro; y c) la necesidad de poder. Toda persona tendrá un elemento predominante en sus motivaciones, influenciado por su cultura, edad, educación y género. Se remarcó que la necesidad de logro es

el principal elemento motivador que poseen los emprendedores.

Fue importante incluir la teoría del aprendizaje constructivista propuesto por Piaget (1975), porque se sostiene que las personas estructuran su aprendizaje a través de la información que perciben sus sentidos, desarrollando un proceso cognitivo y constructivo del conocimiento. A partir de esta teoría, se comprende que el aprendizaje en los emprendedores se desarrolla mediante un proceso escalonado y continuo, donde el individuo va aprendiendo de los errores.

El emprendimiento corresponde a una elección del individuo para iniciar un negocio; esta decisión conlleva a un compromiso y comportamiento hacia la acción emprendida durante el tiempo que dure (Ananta-Fauzi, 2022). En el presente, el deseo de emprender se ve influenciado por la creencia que tiene el individuo (Lechuga et al, 2022; Torres et al, 2021). En un proyecto empresarial interactúan rasgos humanos como el optimismo y el temor (Valenzuela et al, 2021), estas emociones aparecen en la etapa denominada la intención emprendedora (Pacheco et al, 2022), sin embargo, como todo deseo es susceptible a desaparecer en su primer estadio (Fernández-Serrano y Liñán, 2014).

La actitud es el grado de reacción de un individuo luego de evaluar cierta circunstancia que le afecta (Bustos et al, 2022), emitiendo un resultado aprobatorio o desaprobatorio. La actitud emprendedora se vincula con la forma que una persona evalúa el accionar empresarial (Llanos et al, 2021). Las actitudes están vinculadas a las creencias impartidas por la familia y la sociedad (Anatb et al, 2018), mientras que la reacción del individuo está

influenciada por los valores propios y culturales (Hirschfeld y Wagner, 2022; Misiak y Zhang, 2022).

La educación empresarial está vinculada a la formación educativa que tiene el sujeto (Bae et al, 2014). También se refiere a la formación de habilidades empresariales (Llanos et al, 2021) que requiere una persona para realizar cierto tipo de negocio, por lo que los programas de educación empresarial resultan un medio para formar a las personas que poseen un espíritu empresarial (Oliveira et al, 2018).

El control conductual es la percepción, evaluación y manejo de un individuo frente a un hecho que observa, y que puede representar una conveniencia o una amenaza inmediata (Vamvaka et al, 2020). Por lo tanto, se trata de la potestad de manejar la toma de decisiones frente a la situación (Elnadi y Gheith, 2021), además se asocia a la capacidad del individuo para realizar una determinada conducta (Bosnjak et al, 2020).

En Arabia Saudita, el trabajo de Al-Mamary y Alraja (2022) halló que es necesario apoyar el espíritu emprendedor de los jóvenes. La actitud hacia los negocios, las normas subjetivas y el control de la conducta demostraron explicar la intención emprendedora del individuo. El sustento moral de la familia y amigos es clave para los emprendimientos juveniles (Amofah y Saladrigués, 2022).

En Vietnam, Duong (2022) planteó que la intención emprendedora funciona como mediadora en el vínculo de actitud empresarial y acción emprendedora, mientras que la acción emprendedora como variable es disminuida cuando el miedo al fracaso se incrementa. Este resultado permite comparar como el factor intención resulta ser mediador,

y que el miedo al fracaso es un factor regulador del comportamiento en los individuos que van a realizar un negocio.

En Finlandia, Hintikka et al, (2022) enfatizó lo crucial que son las actividades de educación empresarial para aumentar las intenciones de negocios en zonas alejadas. El estudio es relevante al sugerir desarrollar nuevos métodos de enseñanza para elevar las actitudes empresariales, y ampliar los programas con igualdad de género destinados a promover el espíritu empresarial.

En Estados Unidos, Chanda y Unel (2021) afirmaron que la toma de riesgos es influenciada por los factores culturales como la confianza, la paciencia y el individualismo, así como varios determinantes profundos del desarrollo. Cabe resaltar que la manera de afrontar el riesgo es un factor que tiene un impacto positivo en la actitud emprendedora.

En Venezuela, Diez (2020) destaca que el enfoque de Ajzen (1991) sobre el comportamiento organizacional conlleva a la conclusión que la proactividad, voluntad para asumir riesgos y la autoeficacia, son claves para desarrollar la acción empresarial y ayudan a los estudiantes en su desarrollo enfocado en el camino hacia el éxito.

En Chile y Colombia, Soria et al, (2021) señalaron que los emprendedores en ambos países son similares, que la edad media para iniciar un negocio está entre los 25 y 44 años, este periodo se caracteriza porque es donde las personas centralizan su esfuerzo para lograr obtener los mayores ingresos. En Colombia, las variables conocimiento y competencia están perdiendo relevancia como predictores del emprendimiento; mientras en Chile, estas variables continúan regulándolo.

En Perú, Campana y Chamorro

(2022) hallaron que existe un interés por parte de los docentes para la formación del emprendimiento, lo que refleja una capacidad latente de las instituciones de nivel superior como las universidades para fomentar e incrementar la creación de empresas.

En México, Pérez et al, (2022) encontraron que a pesar de que hubo

formación universitaria inductiva para el emprendimiento en todas las carreras profesionales, la intención emprendedora estuvo influenciada por la edad y la formación universitaria.

Se elaboró un esquema (ilustración 1) a partir de las teorías, el marco conceptual revisado y los trabajos previos en esta investigación.

### Ilustración 1 Intención empresarial y sus variables vinculadas



Nota: Se plantea que la educación, el control conductual y la actitud determinan la intención empresarial en la población estudiada basado en Ajzen (1991) y Amofah y Saladríguez, (2022) en modelo adaptado por los investigadores.

Fuente: elaboración propia, (2022).

El objetivo del estudio fue medir la influencia de la actitud (Bustos et al, 2022), la educación (Bae et al, 2014), y el control conductual (Vamvaka et

al, 2020) en el emprendimiento juvenil universitario en una población ubicada en la región de Ayacucho.

### 3. Aspectos metodológicos

La metodología aplicada se basó en el paradigma filosófico del positivismo (Carhuancho, 2019), con un enfoque cuantitativo (Hernández et al, 2018), no experimental, de corte transversal (Ñaupas et al, 2018) y un diseño causal.

La población estuvo conformada por 11,948 universitarios de la región Ayacucho, número de estudiantes publicado en la Superintendencia Nacional de Educación Superior de Educación Superior Universitaria [SUNEDU] (2022) y la muestra probabilística estuvo correspondió a 468 universitarios mayores a 18 años. La información fue recolectada a través de cuestionarios de 60 ítems. Los instrumentos fueron evaluados por un comité de expertos y posteriormente sometido a una prueba piloto y al coeficiente Alfa de Cronbach, donde se obtuvo valores mayores al 0,9 para los cuatro instrumentos evaluados: emprendimiento (18 ítems), actitud (12 ítems), educación (12 ítems) y control conductual (18 ítems). Para desarrollar el análisis de datos se empleó el software SPSS 26, con el cual se realizó el análisis descriptivo; además, para el análisis inferencial se empleó la regresión logística ordinal.

### 4. Descripción de los factores que influyen en el emprendimiento

Como resultado del análisis descriptivo se halló que para la actitud emprendedora de los jóvenes ha sido medida a través de la actitud adaptativa y afectiva, las que convergen motivadas por una decisión personal, pero con implicancia familiar. El 66% de los encuestados indicaron que el emprender

ha sido considerado como una meta en la vida, siempre lo vieron como algo interesante (68%), pero sobre todo para el 70% siempre fue un anhelo tener un negocio propio, lo que implicó el cambio de los hábitos (61%) y dejar actividades propias de la edad (53%).

El 63% reconoció que dicha decisión ha implicado sacrificios, sin embargo, les permitió generar beneficios personales (64%) y económicos (67%), además de superar las dificultades presentadas (67%) antes y durante el emprendimiento. El 72% afirmó que emprender brinda una sensación de logro.

Respecto a la formación académica que tiene el emprendedor para la dirección del negocio o empresa, el 42% se siente preparado para manejar los recursos, además aprendieron a utilizar diferentes herramientas para identificar oportunidades para invertir (42%). Por otra parte, han implementado el uso de herramientas en el proceso productivo (39%), planean, organizan, realizan presupuestos, flujos de caja, calculan el punto de equilibrio con el fin de mantener una buena salud financiera de la empresa (48%).

La experiencia en la actividad económica, acompañada de la formación académica, permitió resolver los problemas de una manera creativa e innovadora (46%). Sobre el control conductual se logró obtener información respecto a la dificultad, la confianza y el control percibido. El 43% reconoció que el emprender trae consigo varios inconvenientes, pero los cuales son superables, por el empeño y esfuerzo diario, los cuales están orientados a ser exitoso, y que luego permitirá generar rentabilidad (48%).

Por otra parte, los jóvenes emprendedores reconocen tener



habilidades y capacidades para enfrentar las consecuencias de sus decisiones en relación con el emprendimiento (47%), se sienten capaces de controlar las diferentes actividades que permiten satisfacer las necesidades de las personas (46%). Confían en su capacidad para la toma de decisiones (46%) y el manejo de la situación (43%), a pesar de que lidian con la oposición familiar (46%) además de las amistades (47%). Tan es así que el 45% confía en el éxito del emprendimiento, que todo marchará bien o según lo previsto (43%) y que harán bien las tareas (45%); lo anterior está sustentado en el conocimiento del entorno social y económico (42%), los factores de riesgo (41%), pero sobre todo porque tienen bajo control su accionar (41%).

Sobre el emprendimiento juvenil, el 75% afirmó que ha preferido emprender que ser empleado, y ello ha generado un compromiso fuerte con las actividades que realiza diariamente, por tal razón el 73% está predispuesto a sacrificarse y esforzarse. Sin embargo, fue importante laborar en una empresa antes, con el fin de conocer al detalle el proceso, a los clientes, proveedores, entre otros, que hoy les ha permitido fortalecer la actividad económica que realizan.

Un hecho importante es que invierten tiempo en visitar y conocer los negocios de su entorno, así como otros que tienen pensado en invertir en el futuro cercano (67%). Cabe resaltar, que el emprendimiento requiere de conocimientos sólidos y actuales, por tal razón, participan de talleres, capacitaciones, cursos, entre otros, para mejorar las actividades que realizan (58%). Un dato preocupante es que el 59% ha pensado en dejar la carrera profesional que estudian, con el fin de dedicarle mayor tiempo al negocio o empresa, esto porque prefieren generar recursos económicos con prontitud.

## 5. Contrastación del modelo de emprendimiento

Como resultado del análisis multivariado, para la investigación se ha planteado el siguiente modelo: Emprendimiento juvenil universitario a partir de la actitud, educación, y control conductual en la región de Ayacucho, 2022; el mismo que fue validado estadísticamente con la prueba de Chi Cuadrado (173.087) (tabla 1), obteniendo el valor del nivel de significancia igual a 0.000 menor a 0.05.

**Tabla 1**  
**Modelo de Verosimilitud**

Modelo	Logaritmo de la verosimilitud -2	Chi-cuadrado	gl	Sig.
Intercept Only	335,169			
Final	162,082	173,087	6	,000

Fuente: elaboración propia.

Luego se aplicó la prueba de Pseudo R cuadrado, donde se obtuvo los valores expresados en la tabla 2 de: Cox Snell = 0.309, Nagalkerke = 0.385, Mc Fadden = 0.228, por lo que se demostró que la actitud, educación, y control conductual influyen en el emprendimiento juvenil universitario en la región de Ayacucho, 2022, entre el 30.9% y 38.5%.

**Tabla 2**  
**Prueba Pseudo R<sup>2</sup>**

Cox and Snell	,309
Nagelkerke	,385
McFadden	,228

Fuente: elaboración propia.

De los resultados se aprecia que las edades para emprender son similares en los países de Perú, Colombia y Chile. Además, se encontró que, respecto a la actitud, la mayoría (70%) mencionó que el emprendimiento fue un anhelo de su vida; lo que resultó coherente con el elemento necesidad de logro propuesto en la teoría de motivación de McClelland (1961), más aún cuando el 72% afirmó que emprender le brindó una sensación de logro. Se recalca que la intención emprendedora es precedente a la acción emprendedora, y esta etapa previa es importante dado que, ahí, aparecen el miedo al fracaso (Duong, 2022). Por ello, la voluntad para asumir riesgos resulta relevante para el accionar empresarial en los jóvenes (Diez, 2020).

Por otra parte, el 67% afirmó que el proceso de emprender significó superar dificultades, lo cual es explicado mediante la teoría de la contingencia propuesta por Lawrence y Lorsch, (1967). Además, la toma de riesgos está influenciada por factores culturales

(Chanda y Unel, 2021), por lo que los emprendedores requieren de una posición firme para afrontar riesgos y sobrellevarlos.

Respecto a la educación que desarrolla el emprendedor, se halló que el 42% se siente confiado en el conocimiento adquirido, además de la habilidad para manejar las herramientas del proceso productivo. El 46% reconoce tener habilidades y capacidades para tomar decisiones en su emprendimiento (47%), estas variables son importantes en Perú y Chile, pero están perdiendo importancia como predictores del emprendimiento en Colombia (Soria et al, 2021), con lo que se remarca que no hay perpetuidad en los factores del emprendimiento.

Sobre el control conductual, el 43% afirmó manejar la situación y el 46% lidian con la oposición familiar y de las amistades, cabe resaltar que el apoyo del entorno cercano es relevante para los emprendimientos juveniles (Amofah y Saladrigues, 2022), aunque a veces es el factor decisivo para abandonar el sueño anhelado, lo cual se traduce en frustración y por mantenerse en la zona de confort prefieren laborar en una empresa, a cambio de un sueldo.

Sobre el emprendimiento juvenil, se observa que el 75% prefiere emprender antes que ser empleado y frente a ello están dispuestos a sacrificarse y esforzarse. Sin embargo, la mayoría resalta la necesidad de formarse primero. Esto es particularmente importante en provincias, donde la acción educadora fomenta la intención empresarial (Hintikka et al, 2022), posiblemente ocasionado por la ausencia de un entorno que motive emprender.

El modelo planteado demostró que la actitud, el control conductual y la educación influye entre el 30,9% y

el 38,5% del emprendimiento, con lo que se confirma la validez de la teoría de la acción razonada (TRA) propuesto por Ajzen (1991) y el modelo de Amofah y Saladríguez (2022). Se precisa que la teoría más antigua de Ajzen no tomaba en cuenta la educación para el emprendimiento; mientras que los modelos actuales que explican el emprendimiento sí lo toman en cuenta (Amofah y Saladríguez, 2022), por los factores que influyen en la población juvenil han cambiado en el tiempo.

El emprendimiento significó para los jóvenes compromiso, visión, renuncia y organizar sus actividades cotidianas, con el fin de concentrarse en el negocio, aunque ello ha representado oposición de la familia, pensar en algún momento por abandonar los estudios, pero el principal factor motivacional fue la generación de recursos económicos a corto plazo, el cual consideran que es el peldaño para lograr el éxito personal.

## **6. Conclusión**

El emprendimiento de los estudiantes universitarios de la región Ayacucho está influenciado por la actitud, el control conductual y la educación, lo que indica que estos elementos deben ser considerados en las capacitaciones y talleres para emprendedores. A partir de ello se remarca la necesidad de incentivar el espíritu emprendedor de los jóvenes universitarios con programas educativos motivadores por parte de las instituciones educativas; sustentados en los tres factores que fueron identificados en este estudio como influyentes en el emprendimiento; y realizar con ellos un acompañamiento efectivo en los semilleros de emprendimiento.

La investigación evidenció que recibir una educación en el campo

de la gestión o en las actividades transformativas con poca inversión fomentan el emprendimiento a corto plazo; sin embargo, no es sino con el control conductual que se puede identificar concretamente al futuro emprendedor. Sobre lo último se constató que el emprendedor universitario se encuentra disminuido emocionalmente por la falta de apoyo familiar y de su entorno social. Se identificó que la actitud emprendedora en los jóvenes universitarios permite identificar candidatos adecuados para los programas de formación emprendedora.

Con este estudio se apertura el espacio a nuevos estudios sobre el emprendimiento y sus factores determinantes; lo que contribuirá a crear programas de emprendedores efectivos tanto a nivel de las instituciones como del gobierno, que luego contribuya al crecimiento económico y desarrollo social. El emprendimiento es una actividad gravitante para el progreso económico de las regiones y por ende de los países.

## **Referencias bibliográficas**

- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179-211. [https://doi.org/10.1016/0749-5978\(91\)90020-T](https://doi.org/10.1016/0749-5978(91)90020-T)
- Al-Mamary, Y. H. S., y Alraja, M. M. (2022). Understanding entrepreneurship intention and behavior in the light of TPB model from the digital entrepreneurship perspective | Elsevier Enhanced Reader, 2(2), 8. <https://doi.org/10.1016/j.jjimei.2022.100106>
- Amofah, K., y Saladríguez, R. (2022). Impact of attitude towards entrepreneurship education and

- role models on entrepreneurial intention. *Journal of Innovation and Entrepreneurship*, 11(1), 36. <https://doi.org/10.1186/s13731-022-00197-5>
- Ananta-Fauzi, R. U. (2022). Does entrepreneurship education promote students entrepreneurial intentions in Indonesia? The mediating role of motivation and attitude. *Proceedings on Engineering Sciences*, 4(2), 125-136. <https://doi.org/10.24874/PES04.02.003>
- Anatb, A. de L. T., Rector, R. V. Z., y Leite, E. F. L. (2018). El Emprendimiento ¿Actitud o como competencia del capital humano? Una mirada conceptual desde la Universidad de Holguín, Cuba. *HOLoS*, 8, 109-137. <https://doi.org/10.15628/holos.2018.7954>
- Bae, T. J., Qian, S., Miao, C., y Fiet, J. O. (2014). The Relationship between Entrepreneurship Education and Entrepreneurial Intentions: A Meta-Analytic Review. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 38(2), 217-254. <https://doi.org/10.1111/etap.12095>
- Bosnjak, M., Ajzen, I., y Schmidt, P. (2020). The Theory of Planned Behavior: Selected Recent Advances and Applications. *Europe's Journal of Psychology*, 16(3), Art. 3. <https://doi.org/10.5964/ejop.v16i3.3107>
- Bustos, V., Martínez-Gregorio, S., Galiana, L., Oliver, A., y Olivos, M. (2022). Learning strategies and entrepreneurial attitudes: A predictive model of entrepreneurship intention in Peruvian undergraduate students. *Avances En Psicología Latinoamericana*, 40(1). <https://doi.org/10.12804/revistas.urosario.edu.co/apl/a.11689>
- Calanchez Urribarri, A., Chavez Vera, K., Reyes Reyes, C., y Ríos Cubas, M. (2022). Desempeño innovador para el fortalecimiento de la cultura de emprendimiento en Perú. *Revista Venezolana de Gerencia*, 27(100), 1837-1858. <https://doi.org/10.52080/vrgluz.27.100.33>
- Cámara de Comercio de Lima. (2022). *Cultura del emprendimiento*. Cámara de Comercio de Lima. <https://www.camaralima.org.pe/>
- Campana, H., y Chamorro, Y. G. (2022). Educación para el emprendimiento en una sociedad emergente. *Revista Venezolana de Gerencia*, 27(99), 1249-1263. <https://doi.org/10.52080/vrgluz.27.99.25>
- Carhuanchu Mendoza, I. M., Nolazo Labajos, F. A., y Sicheri Monteverde, L. (2019). *Metodología de la investigación holística* (1ra ed.). Universidad Internacional del Ecuador, Guayaquil.
- Chanda, A., y Unel, B. (2021). Do attitudes toward risk taking affect entrepreneurship? Evidence from second-generation Americans. *Journal of Economic Growth*, 26(4), 385-413. <https://doi.org/10.1007/s10887-021-09197-8>
- Diez Farhat, S. (2020). Factores clave para el desarrollo emprendedor de estudiantes universitarios. *Revista Venezolana de Gerencia*, 25(89), Art. 89. <https://doi.org/10.37960/revista.v25i89.31386>
- Duong, C. D. (2022). Entrepreneurial fear of failure and the attitude-intention-behavior gap in entrepreneurship: A moderated mediation model. *The International Journal of Management Education*, 20(3), 100707. <https://doi.org/10.1016/j.ijme.2022.100707>
- Elnadi, M., y Gheith, M. H. (2021). Entrepreneurial ecosystem, entrepreneurial self-efficacy, and entrepreneurial intention in higher education: Evidence from Saudi Arabia. *The International Journal*

- of Management Education, 19(1), 100458. <https://doi.org/10.1016/j.ijme.2021.100458>
- ESCAP. (2020). *Globalization of Production and the Competitiveness of Small and Medium-sized Enterprises in Asia and the Pacific: Trends and Prospects, Studies in Trade and Investment*. ESCAP. <https://www.unescap.org/home>
- Fernández-Serrano, J., y Liñán, F. (2014). Culture and Entrepreneurship: The Case of Latin America. *Innovar*, 24(1Spe), Art. 1Spe. <https://doi.org/10.15446/innovar.v24n1spe.47616>
- GEM. (2022). *Global Entrepreneurship Monitor 2021/2022 Global Report: Opportunity Amid Disruption*. Global Entrepreneurship Research Association.
- Hernández-Sampieri, R., Fernández-Collado, C., y Baptista-Lucio, P. (2018). *Metodología de la Investigación* (6ta ed.). McGraw-Hill.
- Hintikka, J., Taipale-Eräväla, K., Lehtinen, U., y Eskola, L. (2022). Let's be entrepreneurs – Finnish youth's attitudes toward entrepreneurship. *Journal of Enterprising Communities: People and Places in the Global Economy*, ahead-of-print (ahead-of-print). <https://doi.org/10.1108/JEC-07-2021-0099>
- Hirschfeld, D., y Wagner, M. (2022). The Interplay of Attitudes, Norms and Control in Sustainable Entrepreneurship: An Experimental Analysis. *Sustainability*, 14(15), 9317. <https://doi.org/10.3390/su14159317>
- Instituto Nacional de Estadística e Informática. (2020). *Demografía empresarial*. <https://m.inei.gob.pe/prensa/noticias/en-el-peru-existen-mas-de-2-millones-838-mil-empresas-12937/>
- International Chamber of Commerce. (2022). *Inauguración del ICC Centre of Entrepreneurship en Sevilla | ICC Spain*. <https://www.iccspain.org/inauguracion-del-icc-centre-of-entrepreneurship-en-sevilla/>
- Lawrence, P. R., y Lorsch, J. W. (1967). Review of Organization and Environment: Managing Differentiation and Integration. *Administrative Science Quarterly*, 13(1), 180-186. <https://doi.org/10.2307/2391270>
- Lechuga Nevárez, M. del R., Vázquez Rueda, L., Ovalles Toledo, L. V., y Meriño Córdoba, V. H. (2022). Emprendimiento Universitario desde una perspectiva de género. *Revista Venezolana de Gerencia*, 27(100), 1685-1701. <https://doi.org/10.52080/rvgluz.27.100.24>
- Llanos Contreras, O., Hebles, M., y Yániz Álvarez-De-Eulate, C. (2021). Desarrollo de la actitud emprendedora: Estudio cualitativo de un modelo de formación universitaria. *REOP - Revista Española de Orientación y Psicopedagogía*, 32(3), Art. 3. <https://doi.org/10.5944/reop.vol.32.num.3.2021.32560>
- McClelland, D. (1961). *Estudio de la Motivación Humana*. Narcea.
- Misiak Kwit, S., y Zhang, Y. (2022). Entrepreneurial attitude of students—Comparative study between China and Poland. *Entrepreneurship and Sustainability Issues*, 9(3), 118-133. <https://doi.org/10.9770/jesi.2022.9.3>
- Ñaupas Paitán, H., Valdivia Dueñas, M., Palacios Vilela, J., y Romero-Delgado, H. (2018). *Metodología de la Investigación: Cuantitativa Cualitativa y Redacción de la Tesis* (5ta ed.). Ediciones de la U.
- Oliveira, J. M. de, Estivaleta, V. de F. B., Stecca, J. P., y Minello, I. F. (2018).

- Estilos Individuais de Aprendizagem e Atitude Empreendedora: Estabelecendo Relações entre os Construtos. *Revista Ciências Administrativas*, 24(3), Art. 3. <https://doi.org/10.5020/2318-0722.2018.7637>
- Organización de las Naciones Unidas. (2019). *Potenciar la innovación y la creatividad para lograr el cambio social | Naciones Unidas*. United Nations; United Nations. <https://www.un.org/es/impacto-acad%C3%A9mico/potenciar-la-innovaci%C3%B3n-y-la-creatividad-para-lograr-el-cambio-social>
- Pacheco Ruiz, C., Rojas Martínez, C., Niebles Nuñez, W., Hernández Palma, H. G., Pacheco-Ruiz, C., Rojas-Martínez, C., Niebles-Nuñez, W., y Hernández-Palma, H. G. (2022). Caracterización del emprendimiento desde un enfoque universitario. *Formación universitaria*, 15(1), 135-144. <https://doi.org/10.4067/S0718-50062022000100135>
- Pérez Paredes, A., Rojas Sánchez, I., y Martínez Ángeles, D. M. (2022). Emprendimiento empresarial en jóvenes universitarios de México. *Revista Venezolana de Gerencia*, 27(Especial 8), 1009-1023. <https://doi.org/10.52080/rvgluz.27.8.18>
- Piaget, J. (1975). *La equilibración de las estructuras cognitivas*. Siglo XXI.
- Soria Barreto, K., Rueda Galvis, J. F., y Ruiz Escorcía, R. R. (2021). Factores determinantes del emprendimiento en Chile y Colombia. *Revista Venezolana de Gerencia*, 26(5 Edición Especial), 459-477. <https://doi.org/10.52080/rvgluz.26.e5.30>
- Superintendencia Nacional de Educación Superior Universitaria. (2022). *Sistema de Información Universitaria TUNI*. <https://www.tuni.pe/>
- Torres M., M., Ramos R., J. L., Galvis M., M. M., Ramos C., J. L., y Biswell J., J. E. (2021). Determinantes del emprendimiento juvenil en Colombia: Un análisis desde la nueva economía institucional. *Revista de Métodos Cuantitativos para la Economía y la Empresa*, 32, 300-323. <https://doi.org/10.46661/revmetodoscuanteconempresa.4264>
- Valenzuela Keller, A. A., Gálvez Gamboa, F. A., Silva Aravena, E., y Moreno-Villagra, M. (2021). Actitudes emprendedoras de estudiantes universitarios de primer año en Chile. *Formación universitaria*, 14(4), 103-112. <https://doi.org/10.4067/S0718-50062021000400103>
- Vamvaka, V., Stoforos, C., Palaskas, T., y Botsaris, C. (2020). Attitude toward entrepreneurship, perceived behavioral control, and entrepreneurial intention: Dimensionality, structural relationships, and gender differences. *Journal of Innovation and Entrepreneurship*, 9(1), 5. <https://doi.org/10.1186/s13731-020-0112-0>